

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri pariwisata dapat menghasilkan manfaat ekonomi yang sangat besar baik bagi negara, wilayah setempat yang bersangkutan, maupun negara asal dari para wisatawan yang datang berkunjung. Perekonomian yang baik akan memberikan kesejahteraan bagi rakyatnya. Untuk mencapai tujuan tersebut pemerintah tidak dapat bekerja sendiri namun harus ada dukungan dan partisipasi masyarakat Indonesia sendiri. Salah satu bentuk partisipasi masyarakat Indonesia itu memajukan sektor pariwisata di daerahnya dengan memanfaatkan berbagai sumber daya manusia yang ada dengan sebaik-baiknya sehingga dapat menarik para wisatawan dalam negeri maupun asing untuk berkunjung dan berwisata ke daerahnya.

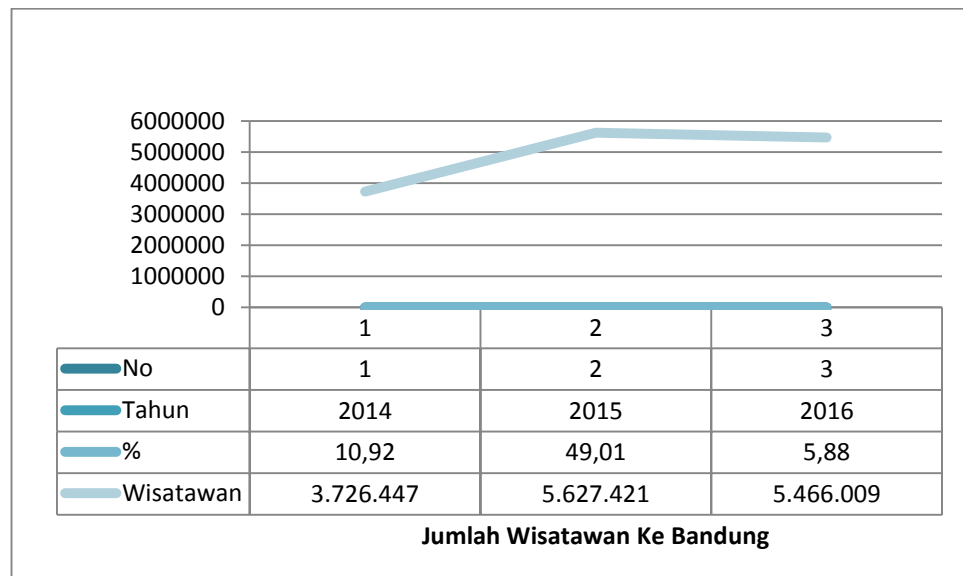
Kota Bandung adalah salah satu kota destinasi wisata di Indonesia sekaligus menjadi kota kuliner, Bandung dahulunya terkenal kota kembang kini menjadi kota yang banyak dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun asing. Perkembangan wisata kuliner di Bandung berdampak positif terhadap peningkatan jumlah wisatawan yang datang ke Bandung. Wisata kuliner yang semakin meningkat dengan berbagai macam makanan yang disajikan oleh restoran tersebut telah menarik konsumen untuk meningkatkan daya beli konsumen terhadap masakan tersebut. Namun tidak dapat dipungkiri hanya beberapa usaha kuliner yang dapat bertahan dalam kompetensi yang cukup ketat antara para pesaing dikarenakan pertumbuhan usaha kuliner yang cepat. Bandung sebagai pusat kuliner nusantara sebagian besar heterogenitas masyarakat Kota Bandung menjadikan pusat kuliner nusantara. Setiap orang yang datang ke Bandung cenderung berusaha mencari makanan khas tradisional daerahnya masing-masing, karena dari aspek budaya orang tidak dapat meninggalkan begitu saja makanan yang biasa mereka makan. Potensi kemajemukan etnis di Kota Bandung dijadikan peluang bagi pelaku usaha kuliner untuk mendapatkan keuntungan melalui membuka usaha makanan tradisional atau kuliner nusantara. Usaha di bidang makanan tradisional atau kuliner nusantara di Kota Bandung dapat ditemui mulai dari restoran mewah

dengan harga yang mahal, cafe yang nyaman, warung makan yang murah, sampai dengan warung pinggir jalan. Oleh karena itu berkunjung ke Bandung kiranya belumlah lengkap apabila belum berwisata kuliner di seputaran Kota Bandung yang nyaman dan asri.

Tabel 1.1
Jumlah Wisatawan Ke Kota Bandung

No	Tahun	%	Wisatawan
1	2014	10,92	3.726.447
2	2015	49,01	5.627.421
3	2016	5,88	5.466.009

Sumber : Badan Pusat Statistik 2017



Menurut BPS pada Tabel 1.1 untuk jumlah wisatawan yang datang ke Kota Bandung terus meningkat dari tahun 2014 sebesar 10,92 persen sampai tahun 2015 sebesar 49,01 persen, namun pada tahun 2016 terjadi penurunan wisatawan mencapai 5,88 persen, di sebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal.

Seiring pesatnya perkembangan industri pariwisata yang mengalami perubahan di Kota Bandung, maka akan terjadi pertumbuhan industri ekonomi yang semakin meningkat tidak terkecuali dengan industri kuliner pun semakin lama semakin meningkat. Industri kuliner semakin banyak persaingan nya karena terdapat barang dan jasa di dalamnya, persaingan kuliner tersebut terdiri

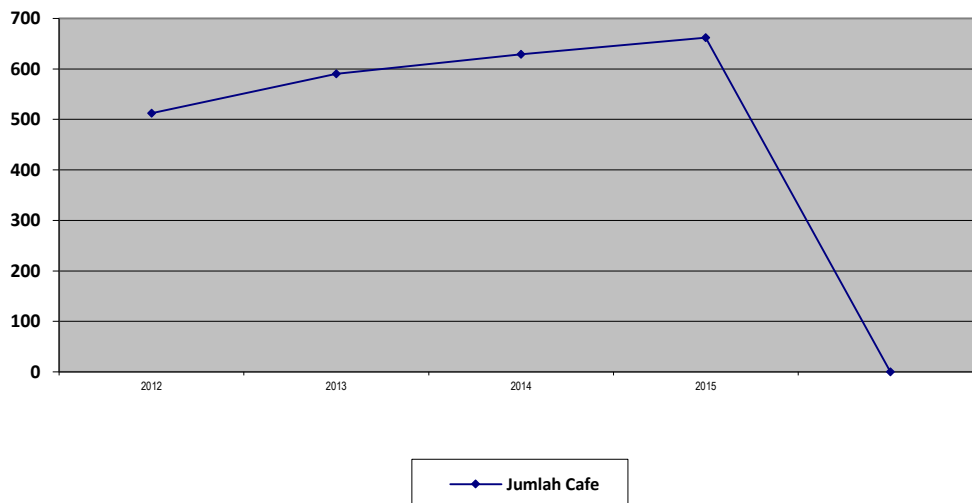
dari kalangan pengusaha kecil, industri rumahan, food court, café dan restoran, semuanya itu saling bersaing pada bidang makanan dan minuman.

Terdapat beberapa macam cafe dengan berbagai keunikannya tersendiri. Macam-macam cafe di Kota Bandung sangat beragam, salah satu industri makanan dan minuman yaitu, café yang merupakan komponen pariwisata yang bersifat fisik yang berfungsi sebagai salah satu fasilitas pariwisata penunjang pelayanan jasa. Fasilitas makanan dan minuman ini sangatlah penting peranannya dalam menunjang pelayanan yang diberikan suatu destinasi terhadap wisatawan karenanya perlu dikelola dengan professional. Cafe banyak sekali bermunculan di Kota Bandung dilihat dari jumlah cafe yang ada di Kota Bandung dari tahun 2013-2016 sebagai berikut :

Tabel 1.2
Jumlah Café Di Kota Bandung

Tahun	Jumlah
2013	512
2014	590
2015	629
2016	662

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Bandung 2017



Grafik 1.1
Jumlah Cafe di Kota Bandung

Dilihat dari Tabel 1.2 di atas terdapat kenaikan jumlah cafe di Kota Bandung setiap tahunnya, maka dari itu semakin ketat juga persaingan cafe yang terjadi di Kota Bandung. Semakin bertambahnya café membuat pelaku bisnis cafe yang sudah cukup lama berdiri memiliki banyak pesaing. Salah satu kedai yang ada ialah Kedai Wake Up yang dimiliki oleh Bapak Galih Ruslan sebagai penanggung jawab, kedai ini mulai berdiri sejak 10 April 2014. Produk yang dikeluarkan oleh Kedai Wake Up ini adalah menu makanan seperti café biasanya yaitu makanan western dan beberapa macam minuman, usaha kedai ini sudah mampu bersaing dan bertahan hingga saat ini.

Penulis tertarik untuk meneliti Kedai Wake Up Jatinangor yang berlokasi di Jalan Jatinangor No.136 (samping Rumah Makan Cibiuk) dengan penjualan yang naik turun di tengah persaingan yang semakin meluas dan semakin berat maka dari itu perlu adanya pengembangan usaha yang mungkin akan dilakukan oleh pihak Kedai Wake Up yang dimulai dengan studi kelayakan bisnis, untuk menghindari kegagalan atau mengurangi resiko yang mungkin akan terjadi di masa yang akan mendatang. Perlu adanya penilaian yang dijalankan dari beberapa aspek.

Segmentasi pasar dari usaha Kedai Wake Up ini berpotensi pada café-café dari daerah Kota Bandung, yang menjadi target dari usaha Kedai Wake Up yaitu para pembeli baik dari kalangan remaja, pelajar, orangtua, dan mahasiswa. Pasar yang dituju oleh Kedai Wake Up ini adalah para penikmat café, karena produk yang di tawarkan pun mempunyai kualitas yang baik cita rasa dan harga yang terjangkau.

Usaha Kedai Wake Up dalam memasarkan produk dengan menggunakan media sosial seperti instagram, facebook, brosur, dengan bertujuan menawarkan berbagai macam makanan dan minuman yang tersedia di café. Dalam meningkatkan penjualan Kedai Wake Up sering mengadakan event dan banyak penawaran unik yang diberikan ke konsumen berupa potongan harga apabila dalam 1 hari sudah mengunjungi kedai sebanyak 3 kali, dan diskon yang diadakan ketika ada hari-hari spesial.

Biaya Pengeluaran Kedai

No	Biaya	Nilai (Rp)
1	Biaya Investasi	1.022.052.500
2	Biaya re-investasi	2.645.000
3	Biaya operasional	2.834.216.800
4	Biaya tetap	141.000.000
	Total	3.999.914.300

Sumber : Kedai Wake Up 2017

Kedai Wake Up merupakan salah satu usaha yang ikut bergelut di bidang industri kuliner kota Bandung, dengan mengangkat konsep café yang oriental berlokasi di Jalan Jatinangor No.136 (samping Rumah Makan Cibiuk) Bandung dengan konsep café yang masa kini dan menggunakan interior elegan serta minimalis. Kedai Wake Up pun memiliki macam varian menu yang banyak dan beragam dengan harga yang terjangkau dengan lokasi yang strategis karna bertempat di dekat Universitas Padjadjaran Bandung, sehingga mudah di tempuh. Target pasar yaitu para penikmat kuliner, dari semua kalangan terutama kalangan remaja.

Biaya Investasi Kedai

No	Uraian	Jumlah (unit)	Nilai (Rp)	Masa Umur Ekonomi (tahun)
1	Bangunan	1	1000.000.000	10
2	Meja	30	7.500.000	10
3	Kursi	30	7.500.000	10
4	Kompor gas	5	4.550.000	5
5	Gas 15 kg	5	2.500.000	5
6	Gelas	50	1.500.000	5
7	Pisau	5	200.000	5
8	Spatula	3	150.000	5
9	Garpu	50	150.000	5
10	Sendok	50	150.000	5
11	Mesin kopi	2	9.600.000	5
12	Blender	5	750.000	5
13	Dispenser	3	450.000	5
14	Kulkas	2	5.400.000	5
15	Piring	50	1.500.000	5
16	Mangkuk	50	1000.000	5
17	Tisu	10	100.000	-
18	Kipas angin	10	1.410.000	5

Sumber : Kedai Wake Up 2017

Kedai Wake Up ini memang memiliki tempat yang strategis untuk dicapai karena posisi cafe berada di wilayah kampus di jalan utama yang sangat ramai dilalui oleh kendaraan. Bangunan Kedai Wake Up hanya memiliki satu lantai

saja. Suasana kedai sebetulnya sangat bersih sehingga terasa nyaman, untuk dinikmati semua kalangan terutama kalangan remaja.

Kedai wake up menggunakan bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion,*) melalui kuisisioner kepada konsumen dan outlet untuk mengetahui sudah sejauh mana gambaran usaha serta kualitas pada Kedai Wake Up.

Kedai ini dalam penentuan lay-out ruangan, mesin dan peralatan Kedai Wake Up. Bertujuan untuk mengetahui keadaan baik proses produksi, peralatan yang digunakan selama proses berlangsung apakah secara keseluruhan layak atau tidak layak untuk dijalankan.

Total Revenue Kedai

Tahun	Total Revenue
2014	Rp. 1.112.780.062
2015	Rp. 1.377.829.215
2016	Rp. 1.302.512.220
Total	Rp. 3.793.121.497

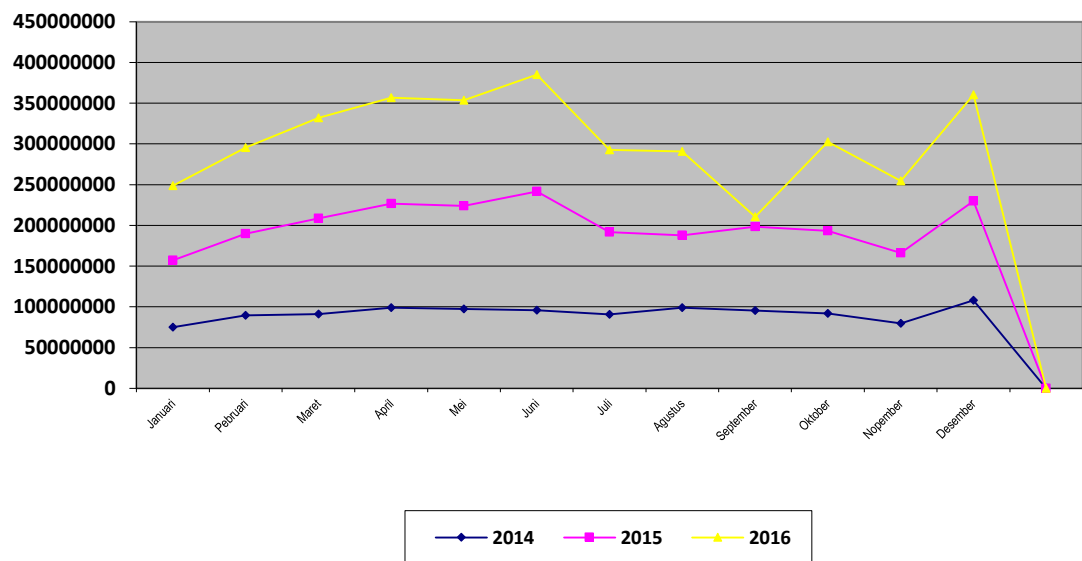
Sumber : Kedai Wake Up 2017

Data pendapatan kedai yang didapat penulis, mengalami penurunan yang tidak stabil seperti yang terdapat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.3
Jumlah Pendapatan Masing-Masing Dalam 3 Tahun Terakhir

Bulan	Rata-rata pendapatan tahun 2015	Rata-rata pendapatan tahun 2016	Rata-rata pendapatan tahun 2017
Januari	Rp. 74.938.770	Rp. 82.080.450	Rp. 91.500.345
Februari	Rp. 89.421.300	Rp. 100.260.360	Rp. 105.726.690
Maret	Rp. 91.091.962	Rp. 117.598.410	Rp. 123.091.155
April	Rp. 99.092.610	Rp. 127.606.950	Rp. 129.895.920
Mei	Rp.97.415.640	Rp. 126.594.540	Rp. 129.545.460
Juni	Rp. 95.875.290	Rp. 145.853.910	Rp. 143.109.450
Juli	Rp. 90.898.740	Rp. 100.986.210	Rp. 100.730.025
Agustus	Rp. 98.848.710	Rp. 89.047.170	Rp. 102. 935.250
September	Rp.95.479.560	Rp. 102.722.940	Rp. 123.186.690
Oktober	Rp. 92.061.450	Rp. 101.197.260	Rp. 109.163.880
November	Rp. 79.663.140	Rp. 86.641.920	Rp. 88.426.260
Desember	Rp. 107.992.890	Rp. 121.922.100	Rp. 130.518.090
Jumlah	Rp. 1.112.780.062	Rp. 1.302.512.220	Rp. 1.377.829.215

Sumber : KEDAI WAKE UP 2017



Grafik 1.2
Jumlah Pendapatan Masing-masing dalam 3 Tahun Terakhir

Alasan mengapa Kedai Wake Up yang penulis pilih untuk dijadikan penelitian yaitu pendapatan yang kurang setara dengan investasi sehingga perlu adanya analisis dari beberapa aspek yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek sumber daya manusia, aspek manajemen, aspek keuangan hingga aspek hukum.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka dari itu penulis mencoba melakukan penelitian yang berjudul **“ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS KEDAI WAKE UP JATINANGOR”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran usaha Kedai Wake Up ?
2. Bagaimana analisis studi kelayakan usaha pada Kedai Wake Up berdasarkan aspek pemasaran, teknis dan teknologi, sumber daya manusia, manajemen, keuangan, dan hukum?

3. Bagaimana analisis studi kelayakan usaha pada Kedai Wake Up dengan menggunakan alat ukur analisis SWOT?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas , maka dapat di uraikan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana gambaran usaha Kedai Wake Up.
2. Untuk mengetahui bagaimana analisis studi kelayakan usaha pada Kedai Wake Up berdasarkan aspek pemasaran, teknis dan teknologi, sumber daya manusia, manajemen, keuangan, dan hukum dengan alat ukur analisis SWOT.
3. Untuk mengetahui analisis studi kelayakan usaha pada Kedai Wake Up dengan menggunakan alat ukur analisis SWOT.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dibuat dan disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan strata satu (S1) Sarjana Pariwisata Program Studi Manajemen Industri Katering di Universitas Pendidikan Indonesia. Namun, diharapkan pula penelitian ini juga mampu memberikan kontribusi, baik secara empiris maupun praktis.

1. Bagi penulis

Sebagai sarana menerapkan ilmu-ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dan sebagai sarana untuk menambah wawasan pengetahuan terhadap usaha kuliner, khususnya untuk usaha yang sedang diteliti yaitu “Kedai Wake Up”

2. Bagi pihak Kedai Wake Up

Untuk memperbaiki kelebihan dan kekurangan terhadap pihak perusahaan sehingga akan menjadikan pacuan untuk lebih baik lagi dan juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai referensi untuk menyelesaikan sebuah karya ilmiah dan juga dapat digunakan sebagai didasari oleh tema yang sama yaitu evaluasi kelayakan bisnis dan jadi bahan perbandingan, penulis berharap pihak lain dapat mengambil bagian yang baik dari penelitian yang dilakukan oleh penulis.

4. Bagi Program Studi Manajemen Industri Katering

Sebagai media pembelajaran dalam mata kuliah yang berhubungan dengan bisnis dan pemasaran serta evaluasi kelayakan bisnis.